

Revista Iberoamericana de Turismo



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACION



HÁBITO CULTURAL DE VISITAR MUSEUS: ESTUDO DE PÚBLICO SOBRE O MUSEU DO HOMEM DO NORDESTE, BRASIL

Luciana Ferreira da Costa

Doutoranda em História e Filosofia da Ciência com Especialidade em Museologia pela Universidade de Évora, Portugal. Professora da Universidade Federal da Paraíba, Brasil.

E-mail: lucianna.costa@yahoo.com.br

João Carlos Pires Brigola

Doutor em História com Agregação em História da Museologia pela Universidade de Évora, Portugal. Professor da Universidade de Évora, Portugal.

E-mail: joaobrigola@uevora.pt

Resumo

A relação museu e público visitante é recorrente em investigações das áreas da Museologia e da Ciência da Informação, sendo na primeira sob a denominação de estudo de público e na última ancorada pelos estudos de usuários. Desta forma, a pesquisa em relato tem como objetivo analisar o hábito cultural de visitar museus e a percepção do público/visitante, no caso estudantes do Curso de Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba, sobre o Museu do Homem do Nordeste. Para tanto, a partir da compreensão de Turismo Acadêmico, apresenta enquadramento teórico sobre definição, importância e funções dos espaços museais; iniciativas e diagnósticos de estudos de público; relação dos estudos de público da área da Museologia e os estudos de usuários da área da Ciência da Informação. Utiliza como instrumento de coleta de dados questionários elaborados mediante o aplicativo *Google docs*. Como principais resultados, constata que o grupo investigado frequenta raramente os espaços museais, apontando majoritariamente, o desconhecimento dos museus da cidade em que vivem, seguido da falta de interesse, falta de tempo e dificuldade de acesso aos espaços museais. Conclui que o hábito cultural de visitar museus precisa e deve ser fomentado na formação dos estudantes, considerando a raiz cultural e epistemológica que une a Museologia e a Biblioteconomia, com possibilidade de enriquecimento teórico-prático na utilização do Turismo Acadêmico como estratégia didático-metodológica na formação destas áreas.

Palavras-chave: Museu. Público visitante. Estudo de público. Museu do Homem do Nordeste. Museologia. Ciência da Informação. Turismo Acadêmico.

*O verdadeiro museu não ensina a repetir o passado,
porém a tirar dele tudo o quanto ele nos dá dinamicamente
para avançar em cultura dentro de nós.*

Mario de Andrade

1 UMA INTRODUÇÃO POR ENTRE EXPERIÊNCIAS ACADÊMICAS TRANS- VERSAIS-CONTINENTAIS-NACIONAIS

Este artigo, enquanto relato de pesquisa sobre uma prática pedagógica realizada, é produto da nossa participação na unidade curricular Seminário Temático Interdisciplinar I, ministrada durante o semestre letivo 2013/2014-ímpar por meio do Programa de Doutorado em História e Filosofia da Ciência com Especialidade em Museologia da

Universidade de Évora, Portugal, sobre Temas de Investigação Avançada em Museologia¹ (NUNES *et al.*, 2013).

O contato com a qualificada produção científica da unidade curricular Seminário Temático Interdisciplinar I acerca da área da Museologia, possibilitou-nos o resgate de uma experiência realizada ao lecionar a disciplina Estudo de Usuários² no Curso de Graduação em Biblioteconomia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Brasil, em nosso último semestre a frente da disciplina por motivo de afastamento institucional para cursar o citado Doutorado em Portugal.

Assim, alinhando os conhecimentos adquiridos no campo da Museologia durante as sessões do Doutorado, bem como anteriormente quando da idealização do anteprojeto para seleção no Programa, relacionando a Museologia com a área da Ciência da Informação – numa perspectiva de convergência dessas duas áreas que, segundo Pinheiro (2012), são marcadas pela presença de estudos que traduzem o fortalecimento e expansão da interdisciplinaridade em diferentes instâncias (teóricas, empíricas ou da prática profissional) –, é que resolvemos compartilhar a vivência de uma atividade de Estudo de Usuários a partir da realização de Turismo Acadêmico em um museu, como estratégia didático-metodológica levando em consideração o quadro institucional e de convivência da Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia sob o guarda-chuva da Ciência da Informação na maioria das universidades brasileiras. Uma situação que possibilita a existência de espaços de interlocução e cooperação entre tais áreas (ARAUJO, 2013).

Inclusive, sobre o exposto, é pertinente sublinharmos que no âmbito da UFPB, há a expectativa de criação de um curso de graduação em Museologia, com elaboração do Projeto Político-Pedagógico pelo corpo docente do Departamento de Ciência da Informação (DCI)³ desta universidade (UFPB, 2010), o qual ao ser implantado somar-se-á aos já quatorze cursos de nível superior nesta área existentes no Brasil e que, aliás, possui oferta do primeiro curso em Museologia no país promovido pelo Museu Histórico Nacional (MHN), segundo o Decreto nº 21.129/1932 de sua criação.

Como docente da disciplina Estudo de Usuários e com produção científica focada nesta temática no âmbito da Ciência da Informação, sob reflexões da linha de pesquisa Memória, Organização, Acesso e Uso da Informação, promovemos durante o semestre letivo 2013.1⁴ uma visita dos estudantes desta disciplina a um espaço museal, no caso o Museu do Homem do Nordeste (MHNE), instituição pertencente à Fundação Joaquim Nabuco⁵, com sede na região nordeste do Brasil, especificamente no Estado de Pernambuco, na cidade do Recife⁶, bairro de Casa Forte. A visita ao MHNE ocorreu no dia 16 de agosto de 2013.

Considerando que a trajetória dos Estudos de Usuários⁷ aponta para pesquisas de cariz heterogêneo dedicadas ao delineamento do comportamento dos usuários em suas necessidades de informação, demanda de informação, uso de informação, satisfação com as unidades de informação, a pesquisa em relato objetivou analisar o hábito cultural de visitar

¹ Sob a responsabilidade do Professor João Carlos Pires Brigola.

² Sob a responsabilidade da Professora Luciana Ferreira da Costa.

³ Sob responsabilidade dos Professores Carlos Xavier de Azevedo Netto e Bernardina Maria Juvenal Freire.

⁴ O semestre iniciou em 13 de maio de 2013 com término em 10 de setembro de 2013, conforme calendário escolar 2013.1 da UFPB.

⁵ Criada em 1949 pela Lei nº 770. Tem como missão produzir, acumular e difundir conhecimentos; Resgatar e preservar a memória; e promover atividades científicas e culturais, visando à compreensão e o desenvolvimento da sociedade brasileira, prioritariamente a do Norte e do Nordeste do país.

⁶ Capital de Pernambuco. Conhecida como a “Veneza brasileira” por causa de sua paisagem cortada por rios, canais e dezenas de pontes.

⁷ Os primeiros estudos datam de 1948 durante a Conferência de Informação Científica da *Royal Society*.

museus por parte dos estudantes do Curso de Graduação em Biblioteconomia da UFPB e a percepção destes acerca do MHNE em um momento de realização de Turismo Acadêmico.

A relevância da realização do Turismo Acadêmico está no potencial de contribuir para a democratização do turismo; para a educação e a renovação cultural com valorização do patrimônio e da memória do local visitado, via aprendizagem *in loco* com efeito multiplicador sobre a evolução de diversas formações/agentes possíveis de serem envolvidas(os); e para a valorização, experimentação e incentivo de viagens curtas e mais frequentes como experiências formativo-profissionais.

Nesta perspectiva se encontra imbricado ao Turismo Acadêmico o hábito cultural de visitar museus fora da localidade de residência dos visitantes professores e estudantes como uma viagem configurada em momento de aula externa, atividade complementar de ensino ou atividade extracurricular à academia, apesar do conceito de Turismo Acadêmico trazer controvérsia entre teóricos do campo sobre o tempo mínimo de permanência em uma localidade e a diferença entre excursionista (permanência até 24 horas) e visitante turista (permanência entre 24 horas a um ano). Mesmo diante desta controvérsia, o conceito da Organização Mundial de Turismo (2001, p. 31) define turismo como “atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

É fato que tal atividade denominada de Turismo Acadêmico já vem se realizando na prática formativa sobre os campos de atuação de muitas profissões (mesmo Turismo, Hotelaria, Lazer e Recreação, Museologia, Planejamento Urbano, Demografia, Geografia, História, Arqueologia, Ciência da Informação, Comunicação Social, Pedagogia, etc.) ou mesmo sobre a Educação Básica, ainda mais quando de ações específicas de Educação Patrimonial, exigindo uma mudança de paradigma em reelaboração e ampliação do próprio conceito de Turismo.

Por tal exigência, parafraseando Bauman (1998), professores e estudantes partem para realização do Turismo Acadêmico porque se conscientizam dos limites dos espaços formais de ensino-aprendizagem, como as instituições de nível superior, não negando a possível perspectiva de reprodução do “lar maçante” – ou mesmo do “saber bancário”, opressor, como advertiria Freire (2014) –, muitas vezes não suficientemente atrativas, demasiadamente familiares e contendo poucas surpresas, ou porque esperam encontrar em outros espaços uma aventura mais excitante e sensações mais intensas de educação e cultura que, talvez, uma rotina dentro da academia jamais seria capaz de transmitir.

Conforme Faria *et al.* (2004), o trabalho pedagógico realizado por meio de espaços como os museus permite a transmissão da memória cultural e a produção de aprendizagens significativas, aprendizagens essas que podem ser aprofundadas no retorno aos espaços formais de aprendizagem.

Este retorno, por sua vez, institui tanto os professores quanto os estudantes em sujeitos multiplicadores da memória cultural desde os microespaços aos macroespaços sociais vivenciados pelos mesmos. A esse respeito, considerando as dimensões sociais e educativas dos museus, Santos (2001, p. 8) assevera:

Assim como na educação, o processo museológico é compreendido como ação que se transforma, que é resultado da ação e da reflexão dos sujeitos sociais, em determinado contexto, passível de ser repensado, modificado e adaptado em interação, contribuindo para a construção e reconstrução do mundo. Daí, o sentido de associarmos o termo processo às ações de musealização, compreendido como a seqüência de estados de

um sistema que se transforma, por meio do questionamento reconstrutivo, e que, ao transformar-se, transforma o sujeito e o mundo.

Dessa forma, submetemos os estudantes investigados do Curso de Graduação em Biblioteconomia da UFPB a uma atividade considerada de Turismo Acadêmico supervisionada: a visita ao MHNE. Por meio da realização desta atividade foi possível caracterizar o perfil do público investigado com base em algumas variáveis, bem como o hábito cultural de visitar museus e sua percepção sobre o MHNE, atendendo aos objetivos da pesquisa realizada ora aqui em relato.

O artigo, como segue, está organizado da seguinte forma: no *corpus* da apresentação da pesquisa abordam-se questões referentes à definição, importância e funções dos espaços museais; iniciativas e diagnósticos de estudos de público; relação dos estudos de público da área da Museologia e os estudos de usuários da área da Ciência da Informação. Em seguida, expomos a abordagem metodológica que conduziu aos resultados e, por fim, as considerações finais, seguidas da lista de referências utilizadas.

2 MUSEU E PÚBLICO VISITANTE

Aos museus acorrem pessoas do mundo inteiro. Estes espaços são atrações tradicionais considerados espaços de distinção e prestígio, os quais ostentam um *status symbol*.

Segundo Degelo (2009), a relevância dos museus consiste na guarda de objetos de uma história comum, necessários à identificação de uma cultura, à promoção da relação entre o passado e o presente. Assim, os museus garantem ao indivíduo uma reflexão da história, da memória e da construção de sentido.

Mas o que é um museu? A que os museus se dedicam? Quais as suas funções? Quem são seus visitantes?

Dominique Poulot (2013, p. 18), historiador francês, especializado em museus e patrimônio histórico, no seu livro *Museu e Museologia* expõe, no primeiro capítulo da obra, definições de museu e suas reformulações ao longo do tempo, sobretudo no tocante à definição elaborada pelo *International Council of Museums* (ICOM)⁸, que estabelece o museu como

uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberta ao público e que faz pesquisas relacionadas com os testemunhos materiais do ser humano e de seu ambiente, tendo em vista a aquisição, conservação, transmissão e, principalmente, exposição desse acervo com a finalidade de estudo, educação e deleite.

Por esta definição é possível vislumbrarmos as funções de um museu. Alguns autores da área da Museologia elencam cinco funções, outros mencionam apenas três. A Associação Americana dos Museus determina cinco funções, a saber: colecionar, conservar, estudar, interpretar e expor. Já para Peter Van Menshc (1992 apud CARVALHO, 2005), museólogo e professor da Academia Reimwardt da Holanda, as funções do museu se resumem a: preservar (engloba a conservação, restauração e documentação da coleção), estudar (referindo-se à pesquisa) e transmitir (engloba a exposição e a educação) (CARVALHO, 2005; POLOUT, 2013).

⁸ O Conselho Internacional de Museus foi fundado em 1946, em Paris, França.

É fato que, de acordo com Brigola (2004), “qualquer definição de museu deve considerar três elementos: o lugar, a coleção e os destinatários-fruidores”. O autor chama a atenção para as especificidades determinantes para a classificação dos museus, “para cuja especificidade não concorre, portanto apenas os objectos da recolha, enquanto tal, mas igualmente a localização onde são colocados, bem como os fins que prosseguem”.

Adentrando ao contexto dos museus brasileiros, o país contabiliza, de acordo com o Cadastro Nacional de Museus (CNM) mais de 3.200 museus. Em 2011, foi lançado o Guia dos Museus brasileiros, elaborado pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). O Guia contempla informações como ano de criação dos museus, situação atual, endereço, horário de funcionamento, tipo de acervo, infraestrutura para recebimento de visitantes e panorama administrativo dos mesmos, constituindo-se como fonte de informações sobre a seara museológica brasileira. Assim, o público visitante de museus tem ao seu alcance informações devidamente organizadas sobre instituições de interesse, podendo realizar *download* do Guia por meio da *homepage* do IBRAM⁹.

Outra obra do IBRAM, em um recorte mais específico, foi publicada em setembro de 2012 sob o título de *O “não público” dos museus: levantamento estatístico sobre o “não-ir” a museus no Distrito Federal*¹⁰. Esta objetivou oferecer subsídios para a constituição de políticas públicas para o campo museal do Distrito Federal, no entanto seus idealizadores reforçam que a pesquisa pode ser replicada em outros estados do Brasil, contudo atentando para as particularidades de cada localidade. A investigação apresenta os motivos indicados pelos indivíduos para a não-frequência aos museus e as condições sociais e econômicas com as quais tal opção se relaciona (CPIM; DEPMUS; IBRAM, 2012).

Estudos dedicados a investigar o público tornam-se, assim, uma ferramenta vital para instituições museais que tratam e analisam comportamentos, atitudes, construções imaginárias, e hábitos de consumo cultural de diferentes públicos visitantes, influenciando diretamente o desenvolvimento de projetos de avaliação, inovação, marketing e comunicação. Dessa forma, as instituições museais devem atentar que o seu público visitante pode ser constituído por uma infinidade de segmentos destacados pelos *museum studies* como: famílias, estudantes e professores, profissionais, especialistas, turistas, grupos organizados, nichos de público (aposentados, imigrantes, pessoas com necessidades especiais ou mobilidade reduzida), dentre outros, os quais se apresentam definidos por características específicas (ANDRADE, 2010).

Os primeiros estudos de público ou de visitantes datam do limiar do século XIX. O precursor deste tipo de estudo foi o antropólogo, meteorologista, matemático e estatístico inglês Francis Galton (1822-1911), que observou e analisou o comportamento do público em salas de exposição dos museus vitorianos de sua época, seguindo-o por entre os corredores desses espaços (APRESENTACIÓN, 2013).

Posteriormente, no início do século XX, Benjamim Gillman realizou pesquisas sobre a “fadiga museal”, derivada do esforço requerido para observar os objetos nos museus. No final dos anos 1920 surgiram investigações com mais rigor efetuadas por dois psicólogos da *Yale University*, Edward Robinson e Arthur Melton, que analisaram a influência do desenho expositivo no comportamento dos visitantes. Tais investigações tratavam metodologicamente de estudos empíricos de observação sobre as circulações e percursos dentro das exposições (SANTANA, 2010).

Outros nomes, que compunham o grupo de investigadores da *Yale University*, merecem ser destacados por seus estudos sobre comportamentos dos visitantes de museus,

⁹ Disponível em: <http://www.museus.gov.br/os-museus/museus-do-brasil/>.

¹⁰ Pesquisa elaborada pela Coordenação de Pesquisa e Inovação Museal (CPIM) do Departamento de Processos Museais (DEPMUS) do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).

tais como: Gibson, Bloomberg, Kearns, Yashioka (ARAÚJO, 2012; PÉREZ SANTOS, 2004).

Na contemporaneidade, a relação museu e público visitante é tema recorrente em investigações da área museológica, pois, de acordo com Carvalho (2005), considerando a função educativa dos museus, torna-se necessário conhecer o quanto os diferentes segmentos de visitantes percebem as mensagens museológicas emitidas por meio dos objetos e espécie de coleções, além do grau de interesse que estes espaços despertam.

Não podemos deixar de fazer menção à clássica obra de Pierre Bordieu e Alan Darbel intitulada *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*, originalmente publicada em francês no ano de 1966, a qual apresenta uma investigação realizada por meio da aplicação de questionário com milhares de visitantes dos museus europeus (França, Espanha, Grécia, Itália, Holanda e Polônia). Trata-se de um estudo de público de museus com a finalidade de saber por que alguns visitantes possuem uma matriz cultural que possibilita uma museofilia e outros não, desprovidos dessa oportunidade sem saber compreender ou ler dos museus de arte na Europa (BORDIEU; DARBEL, 2007). Esta última, uma realidade ainda muito concreta e presente no Brasil. Isto talvez encontre explicação no baixo grau de inserção dos equipamentos culturais (museus, bibliotecas, dentre outros) na vida do brasileiro, que em grande parte compõe o público visitante de museus quando está viajando em outros países motivados pelos operadores de turismo. Desta forma, percebemos que a questão tratada na obra de Bordieu e Darbel permanece muito atual, prova disso são os estudos suscitados para avaliar o público visitante de museus aportados na pesquisa em arte-educação (DEGELO, 2009).

Por essa perspectiva, devemos ressaltar a importância dos estudos de públicos para a educação patrimonial, turismo, preservação dos bens culturais e tratamento da memória (GRUNBERG; RAMOS; SILVA, 2014).

Os estudos de público, de acordo com Köpcke (2012) são formas de obtenção de conhecimento sistemático sobre os visitantes de museu para o planejamento e concretização de atividades relacionadas com os mais variados tipos de visitantes. Na Ciência da Informação este tipo de estudo assume a denominação de estudo de usuários ou estudos de comportamento informacional ou estudos de necessidades, busca e uso da informação (COSTA; SILVA; RAMALHO, 2009), com correspondência de muitas metodologias e técnicas empregadas.

Assim, os estudos de público de museus têm sido realizados com mais frequência e interesse crescente, pois averiguam questões como: o perfil do visitante, seus gostos, suas preferências culturais, sua opinião sobre a experiência vivida no museu, o impacto cognitivo no visitante, além do impacto econômico das grandes exposições que atraem grande número de visitantes de outras regiões, o que possibilita aos museus planejarem melhor sua programação e fomentar cada vez mais a frequência e fidelização do público. Áreas, portanto, como Comunicação Social, Ciência da Informação e Documentação, Psicologia, História, etc., tornam-se significativamente contributivas aos Estudos de Público.

Quanto à História, Estudos de Público sob perspectiva de utilização de fontes do passado também são muito contributivas à Museologia, a citar a pesquisa de Brigola (2010) sobre os relatos escritos de viajantes estrangeiros, quase sempre de origem francesa, inglesa ou espanhola, acerca de suas visitas às coleções e museus de Portugal ao longo do século XVIII e XIX. Por meio dos olhares textuais destes viajantes, muitas vezes excêntricos, preconceituosos e crueis, desvela-se um retrato da cultura portuguesa a partir da descoberta do *status quo* museológico da época.

Quanto à realização destes estudos na atualidade, os museus vêm acompanhando as *social media* e todos os recursos advindos da interação promovida pelas tecnologias da

informação e comunicação. Pois não podemos esquecer que a maior parte dos museus do mundo possui *sites* próprios, possibilitando acesso aos seus acervos e coleções muitas vezes por meio de visitação *online*, utilizando-se das tecnologias para seus sistemas gerenciais até sistemas de segurança dos seus patrimônios. Como exemplo de pesquisas recentes envolvendo os públicos de museus, Coelho (2010) se dedicou à construção de um processo metodológico para a criação de visitas virtuais tridimensionais fotorrealistas de ambientes museológicos, em modo *online* ou *offline*. Mais um exemplo é a pesquisa de Pereira (2013), que caracterizou e propôs soluções para condicionantes associadas à utilização de sistemas de *m-Tourism* em visitas a museus, relacionadas com os mecanismos de disponibilização de conteúdos multimídia e com o acesso e compartilhamento de informação entre visitantes com base na *Web 2.0* e dispositivos móveis. Para Gavalas e Kenteris (2001), Turismo-móvel ou *m-Tourism* representa uma tendência contemporânea no campo do Turismo, que envolve a utilização de serviços e guias multimídia suportados por dispositivos móveis de apoio ao turista cada vez mais utilizados pelas instituições museais.

Dessa forma, corroborando com os Estudos de Usuários ou Estudos de Comportamento Informacional, realizados nestas duas primeiras décadas do século XXI pelas áreas da Ciência da Informação, Biblioteconomia e Arquivologia, tendendo a estudos híbridos de uso da informação, envolvendo usabilidade, ergonomia física e cognitiva e acessibilidade (COSTA; RAMALHO, 2010), os Estudos de Público de Museus passam também por uma nova fase. Tal fase evidencia uma evolução dos antigos estudos, não desprezando antigas práticas e metodologias, realizados agora sob novas abordagens disciplinares (multi, pluri, inter e transdisciplinares), contemplando as potencialidades de ambientes de informação e comunicação cada vez mais móveis e interativos para promoção de suas atividades, acervos e coleções, ampliando o conhecimento e a participação de seu público conhecido com atenção estratégica ainda ao seu não-público (ou público em potencial), em face dos impactos e demandas da globalização econômica e cultural e da ubiquidade e inovação tecnológica.

3 O MUSEU DO HOMEM DO NORDESTE

O Museu do Homem do Nordeste¹¹ foi idealizado pelo notável polímata sociólogo e antropólogo brasileiro Gilberto Freyre¹² em 1979 a partir da fusão dos acervos de outros três museus: o Museu do Açúcar (1963-1977), do Museu de Arte Popular (1955-1966) e do Museu de Antropologia (1961-1979).

Vinculado à Diretoria de Memória, Educação, Cultura e Arte da Fundação Joaquim Nabuco, este espaço museal tem como missão documentar, preservar, difundir e atualizar o patrimônio material e imaterial cultural do Nordeste (GALVÃO, 2011; FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO, 2014).

Na Foto 1 podemos visualizar a fachada do Museu. O MHNE sofreu reforma iniciada em 2003, em seus sistemas de refrigeração, elétrico e luminotécnico do circuito expositivo, mudança de piso, a reconstrução da estrutura do telhado. Durante a reforma houve a criação de uma loja e cafeteria, uma oficina de conservação preventiva de acervos. O MHNE reformou, ainda, seu Setor Educativo e o seu auditório com 208 lugares. Na ocasião, foi elaborado seu novo projeto museográfico, elaborado por uma arquiteta

¹¹ Sediado na Avenida 17 de Agosto, 2187, bairro Casa Forte no Recife - Pernambuco.

¹² Nascido em Pernambuco em 1900. Falecido em 1987. Defensor da criação de museus regionais de caráter antropológico no Brasil e, sobretudo, na região nordeste do país, que reunisse objetos relacionados a vida e ao trabalho do povo desta região.

pernambucana, o qual incluía projetos luminotécnicos, que utiliza tecnologia de fibra ótica, de sonorização e audiovisual, de automação e de segurança (BRAYNER, 2009).

Foto 1 - Museu do Homem do Nordeste



Fonte: Fundação Joaquim Nabuco (2014)

O acervo deste museu histórico-antropológico brasileiro contabiliza cerca de 15 mil objetos, os quais são vestígios culturais indígenas, europeus e africanos na formação histórica, étnica e social da população nordestina brasileira. Constatam do acervo: materiais de construção dos Séculos XVIII e XIX aos mocambos; dos ex-votos aos objetos de cultos afro-negros; das bonecas de pano e brinquedos populares à cerâmica regional de reconhecidos e anônimos artistas populares; das tecnologias do trabalho no açúcar à vida nas casas grandes e senzalas (FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO, 2014). Alguns objetos do acervo do MHNE podem ser visualizados nos conjuntos Foto 2 e Foto 3:

Foto 2 – Objetos do acervo do MHNE



Fonte: Costa (2013)

Foto 3 – Objetos do acervo do MHNE



Fonte: Costa (2013)

Com funcionamento de terça a domingo, o MUHNE recebe os mais variados segmentos de público/visitante: turistas, estudantes e professores, pesquisadores, cidadão-comum, dentre outros.

Recentemente o MHNE passou por um processo de revitalização, o qual, de acordo com a sua gestora, Vânia Brayner, em entrevista à jornalista Mariana Fonseca (2010), buscou-se formas de modernizar o museu em atenção às exigências de um público/visitante cada vez mais marcado pela tecnologia e interatividade. Nada mais natural que isto componha o espaço museal, vislumbrando a qualidade dos museus na sua missão de promoção do desenvolvimento cultural e social, seja a partir do seu espaço digital (http://www.fundaj.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=250&Itemid=238) ou a partir do seu espaço físico.

4 ABORDAGEM METODOLÓGICA

A investigação é de cariz bibliográfico e descritivo, com abordagem qualitativa e quantitativa. As informações bibliográficas para composição do enquadramento teórico foram obtidas por meio de livros, artigos científicos e teses, além de anotações das sessões da unidade curricular Seminário Temático Interdisciplinar I sobre Temas de Investigação Avançada em Museologia do Programa de Doutorado em História e Filosofia da Ciência com Especialidade em Museologia da Universidade de Évora, Portugal.

Com a finalidade de propiciar uma investigação empírica, optamos por utilizar como instrumento de coleta de dados o questionário estruturado com questões abertas e fechadas. Este instrumento foi elaborado por meio do aplicativo *Google docs*, que funciona totalmente *on-line* diretamente no *browser*.

O questionário foi enviado diretamente por meio do aplicativo, contudo devido ao baixo número de retorno, resolvemos aplicar o questionário pessoalmente em sala de aula. Assim, o grupo investigado atores da pesquisa são os estudantes do curso de graduação em Biblioteconomia da UFPB, especificamente os que cursavam a disciplina Estudo de usuários da informação no semestre letivo 2013.1.

Conforme o Auto-Sistema Docente da UFPB, a disciplina contabilizava 40 estudantes matriculados. Deste total, 33 participaram da visita ao MUHNE, sendo que

destes 26 estudantes responderam ao questionário, participando de fato da pesquisa conforme apresentamos no Quadro 2:

Quadro 2 – Atores da pesquisa

ESTUDANTES DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM BIBLIOTECONOMIA DA UFPB		
Matriculados na disciplina	Visita ao museu do homem do nordeste	Atores da investigação que responderam ao questionário
40	33	26
100%	82%	79%

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

A análise dos dados coletados se deu mediante a determinação de três variáveis relacionadas ao objetivo da pesquisa: a) caracterização dos estudantes; b) hábito cultural de visitar museus; e c) avaliação sobre o Museu do Homem do Nordeste por parte dos estudantes.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção apresentam-se resultados da investigação, seguidos de discussão. Estes são apresentados de acordo com as variáveis da pesquisa. Considerando a variável Caracterização dos estudantes, identificamos o gênero, a faixa etária, o vínculo empregatício e a renda familiar¹³. A variável Hábito cultural de visitar museus foi delineada mediante questões sobre: concepção de museu, razões para a frequência ou não aos museus, museus visitados. A última variável é referente à avaliação do Museu do Homem do Nordeste pelos estudantes.

5.1 Caracterização dos estudantes

A primeira questão que compõe a variável Caracterização dos estudantes é o gênero. Os resultados da tabulação dos questionários apontaram que o grupo investigado é formado por 77% de mulheres e 23 % de homens. Este dado reforça uma realidade ainda muito presente nos Cursos de Graduação em Biblioteconomia do Brasil, desde a sua origem com a criação do primeiro curso de Biblioteconomia da América Latina na Biblioteca Nacional do Brasil e terceiro do mundo (segundo o modelo da *Ecole de Chartre* da França), massivamente marcado pela presença das mulheres. Este quadro certamente já passou por uma evolução pela adesão de homens ao curso, no entanto, ainda constatamos, por meio de diversas pesquisas que o número ainda não ultrapassou a presença feminina.

Quanto à faixa etária, evidenciamos que a maioria dos estudantes, o equivalente a 54%, se encontra na faixa etária que vai dos 21 aos 25 anos; 27% deles têm entre 26 e 30 anos; 15% se encontram entre 31 e 35 anos; apenas 4% têm entre 36 e 40 anos.

Pela faixa etária em que se encontram, os estudantes compõem uma parcela da população economicamente ativa, assim questionamos o seu vínculo profissional e, por conseguinte, a renda familiar. No tocante ao vínculo empregatício dos estudantes, tem-se que 31% são empregados do setor privado; 27% são estagiários; 19% atuam no setor público; enquanto que 11% são bolsistas e outros 11% declararam apenas estudar. Quanto à renda familiar, o grupo investigado declarou, em sua maioria, que esta gira em torno de 2 a 4 salários mínimos (85%). Os que apontaram renda familiar entre 1 e 2 salários mínimos perfaz 23%.

¹³O salário mínimo brasileiro em vigor desde janeiro de 2014 é de R\$ 724,00.

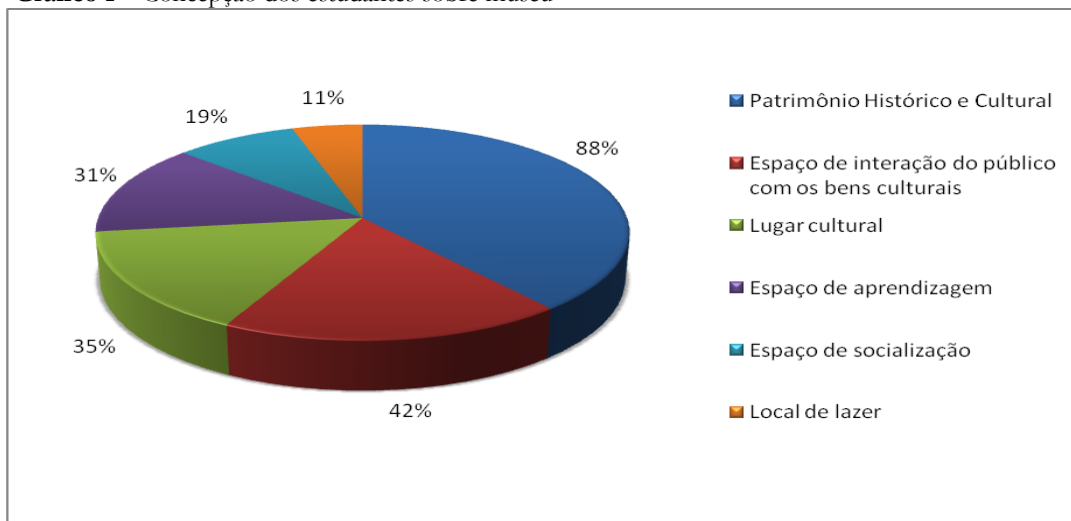
5.2 Hábito cultural de visitar museus

A segunda parte do questionário foi composta por questões que permitissem conhecer o hábito cultural de visitar museus por parte dos estudantes. Desta forma, a primeira pergunta do questionário versou sobre a frequência com que costumam ir a museus. Obtemos que a opção raramente foi a mais mencionada pelos estudantes com um percentual de 69%. A frequência ao museu algumas vezes ao ano foi declarada por 8% dos estudantes. Um dado relevante é que 23% fizeram sua primeira visita a um museu, oportunizada pela disciplina Estudo de usuários da informação. Observamos que os estudantes mesmo frequentando museus raramente ou algumas vezes ao ano, mencionam como motivação lazer/diversão (75%), curiosidade (15%), por gostar (10%) e também por estudo/pesquisa (10%). Houve menção, ainda, a outra razão: adquirir conhecimento (5%).

Uma constatação relevante e até certo modo lamentável é que dos estudantes que fizeram sua primeira visita a um museu destacaram a não frequência a este tipo de instituição, majoritariamente, por desconhecimento dos museus da própria cidade em que vivem. Unem-se a este motivo, também, a falta de interesse, a falta de tempo e a dificuldade de acesso aos espaços museais, esta última enquanto distância entre a residência dos estudantes e localização dos museus.

Mesmo diante deste cenário, no que se refere à concepção de museu pelos estudantes, evidenciamos que o grupo investigado possui um ideário do que representa um museu, haja em vista serem indivíduos inseridos na sociedade que mantém relação com os museus. Assim, constatamos, com mais expressividade, a concepção de museu como um patrimônio histórico e cultural (88%), seguida de ser este tipo de instituição um espaço de interação do público com os bens culturais (42%). Seguem os resultados no Gráfico 1:

Gráfico 1 – Concepção dos estudantes sobre museu



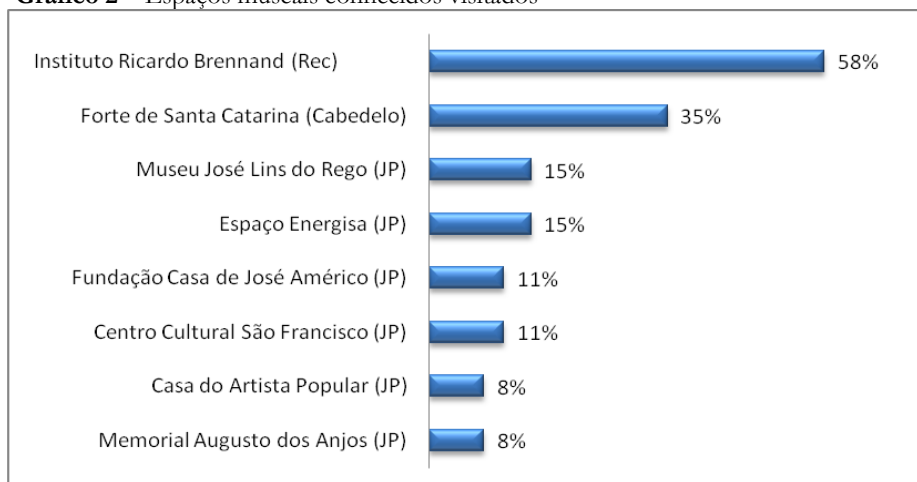
Fonte: Dados da pesquisa, 2013

No intuito de conhecer que espaços museais já foram visitados pelos estudantes, elencamos alguns museus das cidades de João Pessoa, Cabedelo, Campina Grande, Recife e Natal¹⁴, totalizando 17 instituições, com a possibilidade de indicação de outros museus

¹⁴ Justificamos a escolha dos espaços museais das cidades dos Estados de Pernambuco e Rio Grande do Norte em virtude da proximidade destas com o Estado da Paraíba, sendo considerado o fator metrópoles, enquanto capitais destes estados, com grande concentração de museus.

conhecidos e visitados. Deste total, oito espaços museais foram apontados, conforme resultado exposto no Gráfico 2:

Gráfico 2 – Espaços museais conhecidos visitados



Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Nenhum museu foi acrescentado à lista de opções para espaços museais visitados. Da mesma forma, nenhum museu da cidade de Natal foi indicado pelos estudantes.

O Instituto Ricardo Brennand (IRB), localizado no Recife, aparece como o mais conhecido por 58% dos estudantes. A explicação para isto, talvez, se encontre nas visitas organizadas pelos docentes do DCI ao IRB, espaço que congrega o Museu de Armas Castelo São João, uma biblioteca, uma pinacoteca, dentre outros. O Museu de Armas Castelo São João tem em seu acervo obras de arte das mais diferentes épocas e procedências, com objetos oriundos da Europa, Ásia, América e África (coleções de Pintura, brasileira e estrangeira, Armaria, Tapeçaria, Artes Decorativas, Escultura e Mobiliário), englobando os séculos XV e XXI. Inclusive, o IRB integra uma lista dos 25 melhores museus do mundo de acordo com *Travelers' Choice* 2014 organizada pelo TripAdvisor¹⁵.

Os demais museus mencionados pelos estudantes constam do município de Cabedelo e João Pessoa. Constatamos, pelo resultado obtido, que ainda há muitos espaços museais a serem conhecidos pelos estudantes, sobretudo em João Pessoa, cidades metropolitanas e municípios, o que pode ser fomentado por meio das disciplinas do Curso de Graduação em Biblioteconomia, mais especificamente pela disciplina Estudo de usuários da informação, bem como por iniciativa própria a partir de reflexões geradas após divulgação dos resultados desta pesquisa.

Especificamente no tocante ao Estado da Paraíba, a criação de espaços museais deu-se tardiamente se compararmos com outros Estados do Brasil, mesmo assim este contabiliza atualmente 83 museus, em sua maioria de cariz público, em 22 dos 223 municípios do Estado, sendo maior a concentração nas principais cidades do Estado: João Pessoa e Campina Grande.

A última questão da variável Hábito cultural de visitar museus versou sobre que espaço museal os estudantes indicariam para alguém. Os resultados coadunam com os espaços museais que estes conhecem. Assim, os que figuram com maior número de

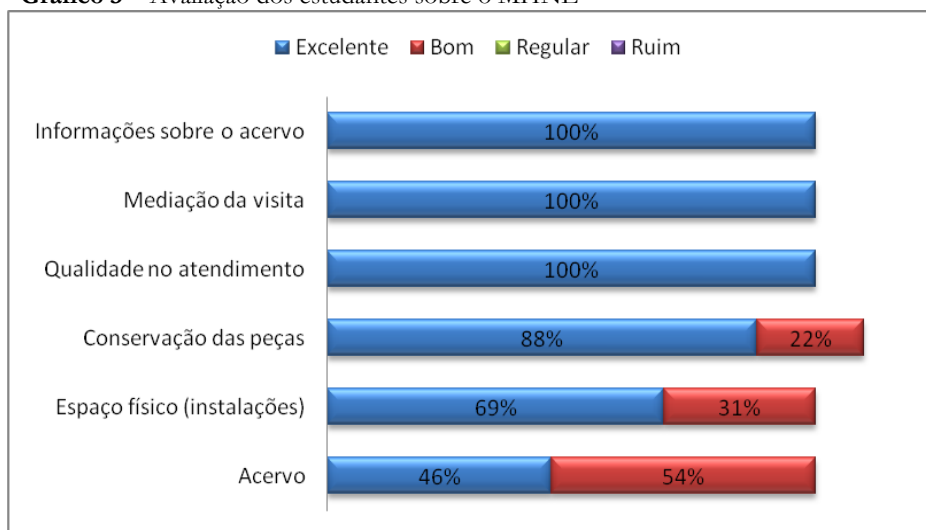
¹⁵ Segundo opinião de 280 milhões de usuários. Disponível em: <http://www.tripadvisor.com.br/TravelersChoice-Attractions-g1>.

indicação são: o IRB, o Forte de Santa Catarina, o Centro Cultural São Francisco e o Espaço Energisa, além, claro, do MUHNE.

5.3 Avaliação dos estudantes sobre o Museu do Homem do Nordeste

A última partedo questionário tendeu para uma avaliação sobre o MUHNE, por parte dos estudantes, no que se refere ao espaço físico, ao acervo, à conservação dos objetos, à qualidade do atendimento e da mediação da visita. Os resultados são apresentados no Gráfico 3:

Gráfico 3 – Avaliação dos estudantes sobre o MHNE



Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Evidenciamos que a avaliação do Museu no tocante aos itens elencados figurou entre as escalas ‘excelente’ e ‘bom’. O conhecimento da opinião dos visitantes é uma ferramenta de grande valia para os museus, podendo funcionar como parâmetro para programação de atividades (desenvolvimento de atividades complementares)¹⁶.

Por fim, elencamos algumas considerações dos estudantes¹⁷ sobre o Museu do Homem do Nordeste:

Só posso destacar pontos positivos, mediadores muito bem informados, instruídos. O espaço do museu é amplo e os objetos permitem a conexão entre as fases da vida do homem nordestino. (estudante 1)

A visita ao Museu do Homem do Nordeste possibilitou o contato com a cultura nordestina, a cultura religiosa do nordeste e o conhecimento da cultura e da história de Pernambuco. (estudante 9)

O Museu expõe a trajetória de vida e cultura do homem do nordeste, uma região tão desmerecida, em grande parte, no contexto brasileiro. O conhecimento do museu e do que suas peças retratam foi enriquecedora para a minha formação. (estudante 13)

¹⁶ Eventos, cursos, peças teatrais, dentre outras.

¹⁷ Para cada questionário aplicado na pesquisa relatada, com fito de preservar a individualidade de cada respondente quanto a utilização dos seus dados, adotamos os códigos estudante 1, estudante 2, e assim sucessivamente até o número total de respondentes, diferenciando-os, conforme aqui citado.

Os estratos das respostas dos estudantes nos permitem identificar a sensação de pertencimento dos estudantes da história transmitida por meio dos objetos do MUHNE. Aliás, vale ressaltar que do grupo de estudantes que participaram da visita ao museu, apenas uma estudante tem origem na região norte do Brasil. Reconhecemos, assim, o valor do MUHNE que congrega em seu acervo objetos que “falam”, ou seja, objetos totalmente munidos de história e de uma memória que tem uma representatividade no eu de cada um. Assim, o MUHNE faz jus às palavras de Mario de Andrade, epígrafe do início deste artigo, enquanto um espaço repleto de significado e de promoção de uma cultura pessoal e social marcada pelo sentimento de pertença.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para os espaços museais é imperativo conhecer seu público visitante. Os estudos de público funcionam como parâmetro para gestão e programação de atividades. Por isso, este tipo de estudo tem atraído o interesse dos que atuam em museus e se constituem em diagnósticos essenciais para o planejamento da instituição, refinamento de seus programas e atendimento ao público visitante de modo satisfatório.

Os museus devem abrir suas portas ao público visitante, buscando, ainda, conquistar todos os espaços sociais de encontro e trocas de conhecimento. Mesmo sendo considerado um lugar de memória, deve se tornar referência no cenário e no convívio urbanos, com oferta de atrativos que proporcionam lazer, conhecimento, interação e mobilidade, visando, com isto, não só atrair e ampliar o público, mas fidelizá-lo nos espaços e eventos programados. Daí os estudos de público serem considerados relevantes para os espaços museais.

Por este contexto, a investigação que objetivou analisar o hábito cultural de visitar museus e a percepção de um público visitante, no caso estudantes do Curso de Graduação em Biblioteconomia da UFPB, sobre o Museu do Homem do Nordeste constatou que o grupo investigado, mesmo enquadrando-se em um bom nível de escolaridade (cursando o ensino superior), demonstra que seu hábito de visitar museus dá-se majoritariamente de modo raro.

No entanto, identificamos que os estudantes têm sua concepção de museu como um patrimônio histórico e cultural, como um espaço de interação do público com os bens culturais, como um lugar cultural, de aprendizagem, socialização e lugar de lazer. Acreditamos que estas concepções encontram a sua base nos pontos de intercessão do que consideram como unidades ou espaços de informação (bibliotecas, arquivos e museus) que são as práticas de cada um destes espaços, o que lhes permite lançar um olhar avaliativo do museu quanto ao espaço físico, ao acervo, à conservação dos objetos, à qualidade do atendimento e da mediação da visita, olhar este aportado por disciplinas do curso que se dedicam às reflexões desta natureza, pois estes itens compõem também o universo de atuação do profissional bibliotecário. Assim, no caso do Museu do Homem do Nordeste os itens mencionados figuraram, na avaliação dos estudantes, entre excelente e bom.

Por fim, esperamos que a recém criada Rede de Pesquisa e (In)Formação em Museologia e Patrimônio da UFPB, credenciada junto ao CNPq e certificada pela UFPB – que se dedica à promoção de investigação, formação e divulgação científica sobre a área da Museologia em perspectiva transdisciplinar/transnacional/transcontinental, tendo como eixo transversal as múltiplas práticas (in)formacionais sobre saberes/espaços museológicos (REDMUS, 2014) – possa contribuir na formação dos estudantes, aliada a disciplinas como Estudo de Usuários da Informação – considerando a mesma raiz cultural que une a

Museologia e a Biblioteconomia –, e práticas pedagógicas como o Turismo Acadêmico, fomentando o hábito cultural de visitar museus e outros equipamentos culturais.

Ademais, esperamos que este relato de pesquisa venha a promover a realização de estudos de público de museus, mudando a realidade do desconhecimento dos espaços museais no intuito de fazer com que o não-público de museu se torne público visitante. Um público com olhar não apenas de visitante, mas com um olhar plural conforme vivências/experiências possibilitadas por diversas práticas de turismo e lazer, incluindo o Turismo Acadêmico. Um prazeroso olhar de memória, hospitalidade, aprendizagem, cultura, reflexão e criticidade contributivo a uma formação humana sob aspectos múltiplos.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à equipe de profissionais do Museu do Homem do Nordeste, sempre atenciosa às nossas demandas de visitas, como atividade de turismo acadêmico, a este importante equipamento cultural.

CULTURAL HABIT OF VISIT TO MUSEUM: STUDY OF PUBLIC ABOUT THE MUSEUM OF MAN NORTHEAST, BRAZIL

Abstract

The relation between museum and visitors is recurrent in investigations of the areas of Museology and Information Science. In the first area, the investigations are denominated study of public and the second one is supported by user studies. This way, the present research aims to analyze the cultural habit of visiting museums and the perception of the public/ visitor, in case, students of the Librarianship Course of the Federal University of Paraíba, about the Museum of the Northeast Man. It is presented a brief theoretical framework about definition, importance and functions of the museological spaces; initiatives and diagnostics of studies of public; relation between the studies of public in Museology and the user studies in Information Science. The tools for data collection are questionnaires that are elaborated using the Google Docs applicative. As main results, it is noted that the investigated group rarely frequent the museological spaces, pointing predominantly the lack of knowledge about the museums of the city they live in, followed by the lack of interest, lack of time and difficult of access to the museological spaces. Therefore, it is concluded that the cultural habit of visiting museums needs to and must to be fomented in the formation of students, considering the cultural and epistemological root that unites Museology and Librarianship, with the possibility of theory and practice enrichment in the use of the Academic Tourism as didactic and methodological strategy training for these areas.

Keywords: *Museum. Visitor. Study of public. Museum of the Northeast Man. Museology. Information Science. Academic Tourism.*

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Pedro (Coord.). **Museus, públicos e literacia científico tecnológica: redes de comunicação de significados no espaço interdimensional do museu.** Lisboa: Edições Colibri, 2010.

APRESENTACIÓN. Investigación de públicos [IP] y modelo de trabajo Co-Int. **Luciérnaga** - Revista del Grupo de Investigación en Comunicación. Medellín: Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, n. 10, jul./dic. 2013.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Museologia: correntes teóricas e consolidação científica. **Revista Museologia e Patrimônio**, v. 5, n. 2, p. 31-54, 2012.

_____. Museologia e Ciência da Informação: diálogos possíveis. **Revista Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 2, n. 4, p. 10-27, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Zahar, 1998.

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Porto Alegre: Zouk, 2007.

BRAYNER, Vânia. Museu do Homem do Nordeste. **Comunicação & Educação**, Ano XIV, n. 2, maio/ago. 2009.

BRIGOLA, João Carlos Pires. **O espaço museológico: condicionantes do lugar no primeiro museu português (1768)**. Lisboa, 2004. 18 p. (texto didático para discussão).

_____. **Os viajantes e o 'livro dos museus'**. As coleções portuguesas através do olhar dos viajantes estrangeiros (1700-1900). Porto: Dafne Editora, 2010.

CARVALHO, Rosane Maria Rocha de. **As transformações da relação museu e público: a influência das tecnologias da informação e comunicação no desenvolvimento de um público virtual**. 2005. 291 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

COELHO, Pedro Ricardo Porfírio et al. **A construção de visitas virtuais 3D: o caso do Museu de Aveiro**. 2010.

COSTA, Luciana Ferreira da. **Objetos do acervo do MHNE**. 2013. 4 fotografias, color.

COSTA, Luciana Ferreira da; SILVA, Alan Curcino Pedreira da; RAMALHO, Francisca Arruda. (Re)visitando os Estudos de Usuário: entre a “tradição” e o “alternativo”. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v.10, n. 4, p. 1-12, ago. 2009.

COSTA, Luciana Ferreira da; RAMALHO, Francisca Arruda. A usabilidade nos estudos de uso da informação: em cena, usuários e sistemas interativos de informação. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 15, n. 1, p. 92-117, jan./abr. 2010. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/887/713>. Acesso em: 21 mar. 2014.

DEGELO, Maria Ivone. **O público de museu: pequeno diagnóstico**. 2009. Disponível em: http://www.usp.br/estetica/2011/index.php?view=article&catid=35%3Arevista01&id=16%3A2009-1-art3&format=pdf&option=com_content&Itemid=37%3E. Acesso em: 19 fev. 2014.

FARIA, Brenda et al. Projeto brincar no Museu de História Natural e Jardim Botânico. In: ENCONTRO DE EXTENSÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS, 7. **Anais**. Belo Horizonte, 2004.

FONSECA, Mariana Fonseca. Um panorama dos museus no Brasil. 2010. **Le Monde Diplomatique**. Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/acervo.php?id=2941&tipo=acervo>. Acesso em: 20 fev. 2014.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da esperança: um reencontro com a pedagogia do oprimido**. Editora Paz e Terra, 2014.

FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO. **Museu do Homem do Nordeste**. 2013. 1 fotografia, color. Disponível em: http://www.fundaj.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=250&Itemid=238. Acesso em: 18 de ago. 2013.

GALVÃO, Geysa Karla Alves. A relação museu-visitante: o caso do Museu do Homem do Nordeste. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 26., 2011, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPUH, 2011.

GAVALAS, Damianos; KENTERIS, Michael. A web-based pervasive recommendation system for mobile tourist guides. **Personal and Ubiquitous Computing**, v. 15, n. 7, p. 759-770, 2011.

GRUNBERG, Evelina; RAMOS, Silvana Pirillo; SILVA, Alan Curcino Pedreira da. SOBRE EDUCAÇÃO PATRIMONIAL, TURISMO E PRESERVAÇÃO DOS BENS CULTURAIS. **Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 4, n. 1, p. 125-129, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. **O não público dos museus: levantamento estatístico sobre o não ir a museus no Distrito Federal**. Brasília, 2012.

KÖPTCKE, Luciana Sepúlveda. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Revista Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 1, n. 1, p. 209-235, 2012.

NUNES, Maria de Fátima et al. Desafios e novos olhares sobre a Museologia no Século XXI: experiência portuguesa a partir da História e Filosofia da Ciência. **PontodeAcesso**, v. 7, n. 3, p. 173-187, dez. 2013. Disponível em: <http://www.portalseer.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/9222/6943>. Acesso em: 10 maio 2014.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PEREIRA, Pedro Miguel dos Santos Beça. **Os dispositivos móveis no apoio a visitas a museus: um estudo da participação através dos dispositivos móveis no apoio à informação e comunicação em visitas a museus**. 2013. 362 f. Tese (Doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais) – Universidade do Porto/Universidade de Aveiro, Porto/Aveiro, 2013.

PÉREZ SANTOS, Eloísa. **Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones**. Gijón: Trea, 2000.

PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Confluências interdisciplinares entre Ciência da Informação e Museologia. **Revista Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 1, n. 1, p. 07-31, 2012.

POULOT, Dominique. **Museu e museologia**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2013.

REDE DE PESQUISA E (IN)FORMAÇÃO EM MUSEOLOGIA E PATRIMÔNIO (REDMUS). Descrição do grupo de pesquisa. 2014. Disponível em: <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/6285275721310405>. Acesso em: 10 de fev. 2014.

SANTANA, Ana Patrícia dos Santos. **Estudo de públicos do museu de São Roque**. 2010. 206 f. Relatório (Estágio de Mestrado em Museologia) - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, 2010.

SANTOS, Maria Célia. Museu e educação: conceitos e métodos. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL “MUSEU E EDUCAÇÃO: CONCEITOS E MÉTODOS”, 2001, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2001, p. 1-19.

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA (UFPB). Departamento de Ciência da Informação (DCI). Projeto Político-Pedagógico do Curso de Museologia - Modalidade Bacharelado. João Pessoa: UFPB, 2010.

Artigo recebido em 01/07/2014. Aceito para publicação em 30/09/2014